

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра телевидения и радиовещания**

**КОЛОМЕНЦЕВА**  
Ия Александровна

**АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В БЕЛОРУССКОМ**  
**СЕГМЕНТЕ ИНТЕРНЕТА**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат философских наук, доцент  
Яконюк Донат Леонтьевич

Допущена к защите

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2015г.

Зав. кафедрой телевидения и радиовещания

кандидат исторических наук, доцент В. Г. Булацкий

---

Минск, 2015

## РЕФЕРАТ

**Дипломная работа:** «Аудиовизуальная реклама в белорусском сегменте Интернета».

**Количество страниц:** 54 страницы

**Количество источников информации:** 17 источников

**Ключевые слова:** ВИДЕОРЕКЛАМА, КОНТЕНТ, ИНТЕРНЕТ-РЕСУРС, МЕДИА, ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ, ИНТЕРНЕТ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ, ХАРАКТЕРИСТИКА, АНАЛИЗ, СМИ, ВИДЕОРЯД, ВИДЕОРОЛИК, РЕКЛАМОДАТЕЛЬ, РЕКЛАМА, МЕДИАРЫНОК, ТЕНДЕНЦИИ, «ТЕРРА МАРКЕТИНГ ГРУПП».

**Цель исследования** – изучение видеорекламы в белорусском сегменте Интернета.

**Объект исследования** – видеореклама в белорусском сегменте Интернета.

**Предмет исследования** – рекламный интернет-продукт производства агентства «Терра Маркетинг Групп».

**Актуальность исследования** обусловлена перераспределением и сосредоточением аудитории потенциальных инфо-потребителей в Сети Интернет.

Дипломная работа состоит из двух глав. В первой главе рассматривается понятие «videoreклама», исследуются основные ее виды, а также описываются стили и приемы рекламного контента в Интернете. Вторая глава посвящена характеристике белорусского рынка видеорекламы с определением перспектив и основных тенденций развития, а также содержит детальное исследование видеорекламы производства агентства «Терра Маркетинг Групп».

В ходе исследования использованы следующие **методы изучения:** описательный, дедуктивно-индуктивный методы, метод анализа и разбора кейсов.

## РЭФЕРАТ

**Дыпломная праца:** «Аўдыёвізуальная рэклама ў беларускім сегменце Інтэрнэту».

**Колькасць старонак:** 54 старонкі

**Колькасць крыніц інфармацыі:** 17 крыніц

**Ключавыя словы:** ВІДЭА-РЭКЛАМА, КАНТЭНТ, ІНТЭРНЭТ-РЭСУРС, МЕДЫЯ, КАРЫСТАЛЬНІК, ІНТЭРНЭТ, ПЕРСПЕКТЫВЫ РАЗВІЦЦЯ, ХАРАКТАРЫСТЫКА, АНАЛІЗ, СМІ, ВІДЭАШЭРАГ, ВІДЭАРОЛІК, РЭКЛАМАДАЎЦА, РЭКЛЯМА, МЕДЫЯРЫНАК, ТЭНДЭНЦЫЯ, «ТЭРА МАРКЕТЫНГ ГРУП».

**Мэта даследавання** – вывучэнне рэкламы ў беларускім сегменце Інтэрнэту.

**Аб'ект даследвання** – відэарэклама ў беларускім сегменце Інтэрнэту.

**Прадмет даследвання** – рэкламны інтэрнет-прадукт вытворчасці агенцтва «Терра Маркетинг Групп».

**Актуальнасць даследвання** абумоўлена пераразмеркаваннем і сканцэнтраваннем аўдыторыі патэнцыяльных інфа-спажыўцоў у Сеціве Інтэрнэт.

Дыпломная работа складаецца з двух раздзелаў. У першым раздзеле разглядаецца паняцце «відэарэклама», даследуюцца асноўныя яе віды, а таксама апісваюцца стылі і прыёмы рэкламнага кантэнту ў Інтэрнэце. Другая частка прысвечана характарыстыцы беларускага рынку рэкламы з вызначэннем перспектывы і асноўных тэндэнцый развіцця, а таксама змяшчае дэталёвае даследаванне рэкламы вытворчасці агенцтва «Терра Маркетинг Групп».

У ходзе даследавання выкарыстаны наступныя **метады вывучэння:** апісальны, дэдуктыўна-індуктыўны метады, метады аналізу і разбору кейсаў.

## ABSTRACT

**Diploma work:** «Audiovisual marketing in Belarusian internet segment».

**Pages:** 54

**Sources:** 17

**Keywords:** VIDEO-AD, CONTENT, WEB SOURCE, MEDIA, USER, INTERNET, DEVELOPMENT PERSPECTIVES, CHARACTERISTICS, ANALYSIS, GLOBAL MEDIA, FOOTAGE, VIDEO, ADVERTISER, COMMERCIAL, MEDIA MARKET, TENDENCIES, «ТЕРРАМАРКЕТИНГГРУПП».

**Research goal:** Video commercials study in Belarusian web segment.

**Research object:** video advertising in Belarusian web segment.

**Research subject:** video advertising of «Терра Маркетинг Групп» agency.

**Significance of work** is the interest of the potential Belarusian customers in online shopping.

Work consists of 2 chapters. First one reviews concept of video advertising, researches its basic forms and describes its styles and methods of web marketing. Second chapter characterizes Belarusian video-ad marketing and determines its perspectives of development and consists of detailed research of video-advertisements made by «Терра Маркетинг Групп» agency.

**Research methods:** descriptive method, analysis method, analysis of case studies.